

Misurare le performance del sito web aziendale: Web Analytics

1gg

strumenti e metodologie per imparare a ottimizzare il sito web dell'azienda e le campagne di mktg online

DESTINATARI: Resp. online Mktg, Resp. ICT, Resp. Area Sito Web aziendale, e in generale tutti coloro che in azienda hanno la responsabilità di promuovere, progettare, gestire e migliorare il sito web dell'azienda

OBIETTIVI DEL CORSO: fornire ai partecipanti una panoramica delle metriche dei KPI e degli strumenti utili per misurare efficacemente le prestazioni del sito Web, in base agli obiettivi ed al modello di business scelto. I partecipanti apprenderanno come mettere al servizio la Web analytics per migliorare le loro campagne di marketing online ed ottimizzare i processi di conversione all'interno del sito stesso.

PROGRAMMA DEL CORSO

Ore 8.45: registrazione dei partecipanti

Ore 9.00: Introduzione

- perché e a cosa serve la Web analytics
- Un modello per la classificazione dei siti web
- Il ciclo di vita del cliente online: reach, acquisition, conversion e retention

Ore 10.00: Metriche e KPI per modello di business

- Le metriche per il modello e-commerce
- Le metriche per il modello lead generation
- Le metriche per il modello media-content
- Le metriche per il modello customer service

Ore 10.45: Coffee Break

Ore 11.00: Ottimizzare il sito web con la Web analytics

- Cosa misurare e perché
- I principali KPI per misurare la conversione
- Come ottimizzare il sito web per aumentare i tassi di conversione
- Come creare semplici test per valutare le modifiche

Ore 12.15: Esercitazione

Come interpretare e tradurre i dati relativi di una campagna di marketing online in azioni di miglioramento del sito

Ore 13.00: Pranzo

Ore 14.15: Ottimizzare le campagne di marketing online

- Come misurare e incrementare il ROI associato ad una campagna di mktg online
- Come ottimizzare una campagna di keyword advertising
- Come disegnare una landing page efficace
- Come misurare e ottimizzare una campagna di email marketing

Ore 15.00: Workshop:

- Individuazione delle metriche e dei KPI più strategicamente rilevanti per un caso aziendale presentato in aula
- Commenti ai risultati ottenuti

Ore 16.00: coffe break

Ore 16.15: Strumenti di web analytics

- Criteri per selezionare un sistema di Web analytics
- Server side o client- side? Soluzioni a confronto,
- Suggerimenti per gli acquisti

Ore 17.30: Conclusioni della giornata

Al termine della giornata i partecipanti avranno appreso le metodologie e gli strumenti necessari per identificare le metriche per il sito web aziendale e come utilizzarle per ottimizzare sia le campagne di marketing online sia il sito stesso.